

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Український державний університет

науки і технологій

Кафедра «Економіки та
підприємництва ім. Т. Г. Беня»

В авторській редакції

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Навчально-методичні рекомендації
до виконання курсової роботи з дисципліни
для студентів спеціальності 076 «Підприємництво та
торгівля» (бакалаврський рівень)

Електронне видання

ДНІПРО
2025

УДК 338.2:005.511(07)

Б 59

Упорядники:
Т. В. Семенова

Електронне видання

Схвалено Групою забезпечення якості освітньої програми
076 "Економіка та управління підприємством"
Протокол № 2 від 02 жовтня 2025 р.

Б 59 Бізнес-планування : навчально-методичні рекомендації до виконання курсової роботи з дисципліни для студентів спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» (бакалаврський рівень) / упоряд. Т. В. Семенова ; Укр. держ. ун-т науки і технологій. – Електрон. вид. – Дніпро : УДУНТ, 2025. – 29 с.

Навчально-методичні рекомендації призначені для використання здобувачами денної і заочної форми навчання під час виконання курсової роботи з дисципліни «Бізнес-планування», яка входить до складу обов'язкових фахових дисциплін.

Навчально-методичні рекомендації містять тематику, основні вимоги до змісту, структури, оформлення та захисту курсової роботи з дисципліни «Бізнес-планування», перелік рекомендованих літературних джерел для використання в процесі написання роботи. Призначена для студентів спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» (бакалаврський рівень).

Табл. 9. Рис. 1. Бібліогр.: 8 назв.

© Семенова Т. В., упорядкування, 2025

© Укр. держ. ун-т науки і технологій, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1 СТРУКТУРА, ТЕМАТИКА КУРСОВОЇ РОБОТИ	5
1.1 Мета та основні завдання курсової роботи	5
1.2 Структура, тематика курсової роботи	5
1.3 Зміст основної частини	7
2 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ І ЗАХИСТУ РОБОТИ	22
2.1 Вимоги до оформлення курсової роботи	22
2.2 Захист роботи та критерії оцінювання	23
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК.....	25
ДОДАТОК А.....	26
ДОДАТОК Б.....	27

ВСТУП

В сучасних умовах важливого значення набувають питання ефективного функціонування будь-якого бізнесу, особливо у сфері виробництва чи надання послуг.

У ринковій економіці підприємці не зможуть досягти стабільного успіху, якщо не будуть чітко і ефективно планувати свою діяльність, аналізувати стан цільових ринків, становище конкурентів, власні перспективи і можливості. Бізнес-план дозволяє зробити комплексну оцінку технічної, технологічної та економічної доцільності організації нового бізнесу, довести конкурентоспроможність нового товару, можливість реалізувати бізнес-проект у прийнятні строки, спонукати та мотивувати інвестора до вкладення фінансових коштів у бізнес-ідею. Виникнення будь-якої підприємницької ідеї (чи буде це створення нового бізнесу, чи вдосконалення діяльності вже наявного) ставить багато різноманітних запитань: хто виступає як конкретний споживач, яким є ринок продукту підприємства, які кошти необхідні для реалізації проекту, чи виправдовує себе проект економічно тощо. Задля отримання відповідей на ці запитання й складається бізнес-план.

Курсова робота з бізнес-планування дає можливість отримати практичні навички з розробки окремих розділів бізнес-плану, спираючись на базові економічні знання та методичні підходи, з якими студент знайомиться протягом вивчення економічних дисциплін. Отже, підготовка курсової роботи є одним з важливих етапів навчання студентів, який надає можливість систематизувати набуті знання та закріпити їх.

Курсова робота виконується після ознайомлення з теоретичним матеріалом дисципліни «Бізнес-планування». Виконання курсової роботи сприяє поглибленню знань студентів із вказаної дисципліни, допомагає набуттю навичок використання вивчених теоретичних положень у практичній діяльності підприємств.

1 СТРУКТУРА, ТЕМАТИКА КУРСОВОЇ РОБОТИ

1.1 Мета та основні завдання курсової роботи

В процесі підготовки курсової роботи студент має продемонструвати знання теоретичних основ бізнес-планування, вміння користуватись методичними підходами до формування розділів бізнес-плану, логічно і стисло викладати свою думку, користуючись статистичною інформацією, науковими джерелами тощо.

Курсова робота виконується з метою закріплення, поглиблення, узагальнення знань, одержаних під час навчання та їх застосування до комплексного вирішення головного завдання – розробки бізнес-плану виробничого (торговельного) підприємства або підприємства з надання послуг.

Виходячи з цього, основними завданнями курсової роботи є:

- 1) оволодіння навичками розробки бізнес-плану виробничо-господарської діяльності підприємств різних форм власності;
- 2) закріплення вміння аналізувати результати діяльності підприємства в динаміці з метою виявлення внутрішньогосподарських резервів збільшення обсягів виробництва та реалізації, пошуку нових ринків, обґрунтування необхідності диверсифікації виробництва тощо;
- 3) закріплення та поглиблення теоретичних знань і практичних навичок оцінки основних параметрів діяльності підприємства в перспективі;
- 4) подальший розвиток вмінь виокремлювати найбільш суттєві недоліки управління бізнесом, ставити завдання та розробляти обґрунтовані пропозиції в сфері бізнес-діяльності підприємств;
- 5) закріплення навичок оцінювати економічну ефективність реалізації бізнес-ідеї.

1.2 Структура, тематика курсової роботи

Курсова робота мусить мати чітку логіку побудови, послідовність і завершеність. Загальний обсяг роботи – до 40 сторінок друкованого тексту, стиль – науковий, чіткий, без орфографічних та синтаксичних помилок.

Курсова робота повинна містити:

- 1) титульний аркуш;
- 2) зміст;
- 3) вступ;
- 4) основні розділи роботи;
- 5) перелік посилань (використаних літературних джерел);
- 6) додатки (у разі необхідності).

Титульний аркуш курсової роботи містить найменування вищого

навчального закладу із зазначенням підпорядкованості (Міністерство освіти і науки України), назву факультету та кафедри; тему курсової роботи; прізвище, ім'я, по батькові, шифр групи студента; прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання та посаду керівника; місто і рік виконання курсової роботи (додаток А).

У змісті слід вказати назви всіх структурних частин курсової роботи із зазначенням початкових сторінок.

У вступі (1 – 2 сторінки) слід обґрунтувати вибір напрямку та теми курсової роботи, сформулювати її мету і завдання.

Основний розділ курсової роботи – розроблений та оформлений згідно вимог бізнес-план, сформульований нижче за різними критеріями та напрямками.

I. Бізнес-план для внутрішнього користування.

Містить конфіденційну інформацію стосовно перспектив розвитку існуючого та працюючого підприємства, отже, відповідні розрахунки є максимально реалістичними та базуються на ретроспективній інформації, яка підібрана студентом.

II. Бізнес-план для зовнішнього користування.

Розробляється з метою налагодження ділового співробітництва та створення сприятливого іміджу існуючого підприємства в заінтересованих контактних аудиторіях, а саме:

- кредитори (особлива увага приділяється обґрунтуванню кредитоспроможності позичальника та способів зниження кредитного ризику);
- потенційні інвестори (особлива увага приділяється показникам ефективності інвестицій та гарантіям безпеки вкладеного капіталу);
- потенційні контрагенти (особлива увага приділяється діловій репутації підприємства, доказам його надійності та фінансової стійкості).

III. Бізнес-план нового підприємства.

Плановий документ визначає цілі освоєння нової стратегічної зони господарювання та характеризує його ефективність. Детально обґрунтовується вибір сфери бізнесу, організаційно-правова форма підприємництва, проектується оптимальна організаційна структура управління.

IV Бізнес-план діючого підприємства.

Визначає напрямки та цілі розвитку підприємства, зосереджує увагу на забезпеченні його конкурентоспроможності через реалізацію відповідних бізнес-проектів.

V. Бізнес-план інвестиційного проєкту.

Обґрунтовує доцільність втілення в життя певної підприємницької ідеї,

оформленої у вигляді комплексу відповідних заходів — проекту, тобто системи сформульованих цілей, використовуваних для їх досягнення фізичних об'єктів, технологічних процесів, документації, ресурсів, а також управлінських рішень і заходів з їх виконання.

VI. Бізнес-план фінансового оздоровлення підприємства.

Розробляється для обґрунтування антикризових заходів, що вживатимуться для відновлення фінансової стійкості підприємства.

VII. Бізнес-план диверсифікації діяльності.

Розробляється для обґрунтування доцільності освоєння нових сфер бізнесу.

Студент може виконати курсову роботу на одну із тем, представлених в додатку Б або обрати її самостійно, узгодивши її з керівником. Відповідно до обраного напрямку роботи кожний студент самостійно формулює тему роботи (наприклад, «Бізнес-план організації малого підприємства з виробництва будівельних матеріалів», або «Бізнес-план модернізації лінії з виробництва литва в умовах ТОВ «Омега» тощо), уточнює її зміст і разом з керівником розробляє попередній план курсової роботи. Студент обирає підприємство для розробки бізнес-плану, критичне обробляє та осмислює зібрану інформацію, робить відповідні висновки та оформлює роботу у вигляді формалізованого документу – бізнес-плану.

Після узгодження з керівником теми та плану студент починає роботу над розділами курсової роботи, яку подає на попередній розгляд у встановлені навчальним планом терміни.

1.3 Зміст основної частини

Бізнес-план являє собою документ, що характеризує технічну, технологічну, організаційну, фінансову доцільність реалізації бізнес-ідеї, аналізує проблеми, з якими стикається підприємство в процесі її реалізації, а також устанавлює напрямки їх вирішення.

Бізнес-план повинен дати правильну відповідь на такі важливі питання як можлива вартість проекту і плановані доходи. Кожен підприємець повинен знати, скільки буде коштувати новий проект і чи принесе ця справа доходи, а якщо принесе, то за який період, а також яка ступінь ризику? Відповіді на ці запитання раціонального господарювання у складних ринкових відносинах дає правильно складений бізнес-план.

Бізнес-планування включає такі етапи, як вибір і обґрунтування виду діяльності, виявлення найбільш реальних проектів її здійснення, економічну оцінку витрат і результатів, розробку деталізованого бізнес-плану, забезпечення виконання запланованих заходів, корегування планових показників і уточнення фактичної ефективності використання бізнес-проекту.

В умовах ринку основні планові завдання кожного підприємства зводяться

до рішення наступних питань:

- який вид продукції або яку нову справу вибрати для виходу на вітчизняний і закордонний ринок;
- який буде ринковий попит на запропоновані товари і послуги і як він буде змінюватися;
- які ресурси і якої кількості будуть потрібні для організації бізнес-проєкту;
- скільки будуть коштувати необхідні ресурси і де знайти надійних постачальників;
- якими будуть витрати на організацію виробництва і реалізацію продукції і послуг на відповідних ринках;
- якою може бути ринкова ціна на дану продукцію і як на неї вплинуть конкуренти;
- якими можуть бути загальні доходи і як їх слід розподіляти між усіма учасниками бізнес-проєкту;
- якими будуть показники ефективності виробництва і як їх можна підвищити.

Для попереднього техніко-економічного обґрунтування бізнес-проєкту необхідні такі ринкові показники:

- 1) загальні вихідні дані й умови виконання проєкту;
- 2) ринок збуту продукції і виробнича потужність;
- 3) матеріальні фактори виробництва і необхідні ресурси;
- 4) місцезнаходження підприємства і транспортні зв'язки;
- 5) проєктно-конструкторська документація;
- 6) організація підприємства і накладні витрати;
- 7) потреба у трудових ресурсах і джерелах покриття,
- 8) планування термінів здійснення проєкту;
- 9) фінансово-економічна оцінка бізнес-проєкту.

Для якісної розробки бізнес-плану необхідна достовірна вихідна маркетингова, виробнича, фінансова й інша планово-економічна інформація.

Нижче наведена орієнтована структура бізнес-плану, яка є змістовною частиною курсової роботи та містить наступні розділи.

Титульний аркуш.

Зміст бізнес-плану.

Резюме.

1. Галузь, фірма та її продукція (послуги).
 - 1.1. Поточна ситуація і тенденції розвитку галузі.
 - 1.2. Опис продукту (послуги) фірми.
 - 1.3. Патенти, товарні знаки, інші права власності.
 - 1.4. Стратегія зростання фірми.
2. Дослідження ринку.
 - 2.1. Загальна характеристика ринку продукту.
 - 2.2. Цільовий ринок бізнесу.
 - 2.3. Місцезнаходження фірми.

- 2.4. Оцінка впливу зовнішніх чинників.
3. Маркетинг-план.
 - 3.1. Стратегія маркетингу.
 - 3.2. Передбачувані обсяги продажу.
4. Виробничий план.
 - 4.1. Основні виробничі операції.
 - 4.2. Машини й устаткування.
 - 4.3. Сировина, матеріали та комплектувальні вироби.
 - 4.4. Виробничі й невиробничі приміщення.
5. Організаційний план.
 - 5.1. Форма організації бізнесу.
 - 5.2. Потреба в персоналі.
 - 5.3. Власники бізнесу й команда менеджерів.
 - 5.4. Організаційна схема управління.
 - 5.5. Кадрова політика та стратегія.
6. Оцінка ризиків.
 - 6.1. Типи можливих ризиків.
 - 6.2. Способи реагування на загрози для бізнесу.
7. Фінансовий план.
 - 7.1. Прибутки та збитки.
 - 7.2. План руху готівки.
 - 7.3. Плановий баланс.
 - 7.4. Фінансові коефіцієнти.

Додатки.

Ця структура є лише приблизною схемою бізнес-плану. Конкретний бізнес-план може бути і не таким докладним. Вище наведені ті основні розділи, які доцільно включити до бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність.

Отже, структура може змінюватись в залежності від специфіки обраного підприємства і користувачів інформації (для кого розробляється бізнес-план).

Бізнес-план – це своєрідний рекламний документ, на підставі якого можна зробити висновки не лише про бізнес, а й про його власників. Тому важливим є як зміст, так і зовнішній вигляд бізнес-плану.

Бізнес-план, як і будь-який інший документ, підлягає певним вимогам щодо стилю написання:

- бізнес-план має бути стислим, простим, але адекватно розкривати сутність підприємницького проекту. Для більшості невеликих проектів (для реалізації яких потрібно до 1 млн грн), як свідчить практика, обсяги бізнес-планів обмежуються 20 – 25 сторінками. В інших випадках має бути підготовлений докладніший бізнес-план. У бізнес-плані рекомендується уникати жаргонних виразів, суто технічного опису продукції, операцій, процесів. Слід використовувати загальновідомі терміни; інформацію треба викладати в діловому стилі, але якомога доступніше;

- бізнес-план має бути функціональним, тобто містити лише корисну інформацію, яка цікавить або може зацікавити читача. За необхідності додаткова, пояснювальна, первинна інформація може бути винесена в додатки (обсяг додатків не обмежується);

- бізнес-план має спиратися на реалістичні припущення. Прогнози та передбачення (як найбільш «вразлива» частина бізнес-планування) треба обґрунтувати й підкріпити посиланнями на тенденції та пропорції розвитку галузі, на проведені дослідження ринку, на досвід діяльності конкурентів тощо. Довіра до бізнес-плану може бути серйозно підірвана, якщо заплановані в ньому відхилення від середньогалузових показників не мають достатніх підстав;

- бізнес-плану протипоказаний зайвий оптимізм. Будь-яке припущення в бізнесі дає «на виході» кілька результатів – від найгіршого до найліпшого. У процесі бізнес-планування треба орієнтуватися на найгірший результат, створюючи в такий спосіб певний запас «міцності» бізнесу;

- бізнес-план має бути легким для сприйняття, чітким та логічним; таким, щоб у ньому можна було швидко знайти потрібну інформацію. Отже, у структурі бізнес-плану треба виділяти розділи та параграфи;

- бізнес-план має забезпечувати охорону конфіденційної інформації про фірму та її діяльність. Для цього можна жорстко контролювати сферу його розповсюдження або скласти окремий додаток, який міститиме всю конфіденційну інформацію і буде доступний тільки тим, кому треба таку інформацію знати.

Існують також і певні *правила технічного оформлення бізнес-плану*, які передбачають:

- наявність титульного аркуша;
- наявність сторінки змісту;
- розміщення резюме на початку бізнес-плану;
- розміщення в кінці бізнес-плану додатків;
- наявність приміток та посилань на джерела використаної інформації.

Форма титульного аркуша. На титульному аркуші рекомендується зазначити: повну назва фірми; адресу фірми; телефон фірми; прізвища (назви), титули, адреси, телефони власників (засновників) фірми; відомості щодо характеру та сфери бізнесу фірми; відомості про загальні фінансові потреби; вказівку на конфіденційність бізнес-плану; місяць та рік складання бізнес-плану; прізвища авторів бізнес-плану.

Бізнес-план треба поділити на розділи та параграфи. Тому за титульним аркушем наводиться зміст, який містить перелік розділів, параграфів, таблиць та іншого ілюстративного матеріалу, додатків.

Оформляючи бізнес-план, необхідно користуватися послідовною системою нумерації сторінок у межах документа. При цьому рекомендується дотримуватися таких правил:

- титульний аркуш не нумерується;

- сторінки змісту не нумеруються;
- основні розділи нумеруються арабськими цифрами 1, 2, 3 і т. д.;
- додатки позначаються великими літерами А, Б, В і т. д., наприклад, «Додаток А»;
- сторінки додатків нумеруються так: А1, А2, А3; Б1, Б2, Б3 і т. д.

Нижче надана загальна характеристика та наповнення основних розділів бізнес-плану (основного розділу курсової роботи).

Бізнес-план розпочинається з резюме. Резюме відкриває бізнес-план, але складають його тільки після того, як написано основні розділи бізнес-плану.

Головне завдання резюме – показати, що підприємець добре усвідомлює основні положення бізнес-плану та здатний чітко й логічно їх викласти. Занадто детальне та великого обсягу резюме важко читати. Занадто стисле – може створити неадекватне уявлення про бізнес.

Резюме – це короткий (1 сторінка) огляд підприємницького проєкту, його ключових, найбільш важливих та значущих аспектів, здатних привернути увагу потенційного інвестора та зацікавити його в подальшому детальнішому вивченні бізнес-плану. Фактично резюме є гранично стислою версією бізнес-плану, не вступом до нього, а ніби «повідомленням про наміри».

Складання резюме – важливий та відповідальний етап завершення роботи над бізнес-планом. Потенційні інвестори отримують багато різних підприємницьких проєктів. Вони, як правило, спочатку читають резюме і, якщо воно їх не зацікавило, бізнес-план далі не розглядають. Тому резюме обов'язково має бути написане так, щоб максимально зацікавити в ознайомленні з бізнес-планом; має дати читачеві достатньо чітке уявлення про питання, детальніше розглянуті в основній частині бізнес-плану.

На практиці резюме складають, використовуючи вже написану основну частину бізнес-плану. З кожного його розділу вибирають найбільш суттєві та «яскраві» аспекти майбутнього бізнесу.

Виклад матеріалу в резюме, як правило, починається зі стислого опису концепції пропонованого бізнесу та унікальних характеристик фірми, які дадуть змогу задовольнити потреби майбутніх клієнтів і забезпечити лідерство у відповідній сфері. Далі викладаються переваги й передбачувані результати діяльності фірми в кожній з функціональних сфер (маркетинг, виробництво, персонал, фінанси) з тим, щоб охарактеризувати фірму як життєздатну та унікальну організацію. Резюме завершується особистою оцінкою підприємцем шансів на успіх його проєкту.

Підрозділ «Галузь, фірма та її продукція» опрацьовується в бізнес-плані з метою переконання читача в перспективності галузі, до якої належить обраний бізнес; породити довіру до даного бізнесу описом переваг та особливостей його продуктів (послуг).

У структурі цього підрозділу, як правило, виділяють такі основні складові: сучасна ситуація та тенденції розвитку галузі; фірма, її продукти і (або) послуги; патенти, товарні знаки, інші права власності на продукт (послуги);

стратегія зростання фірми.

Для вивчення впливу факторів зовнішнього середовища всю їхню сукупність поділяють на:

- а) загальні макроекономічні фактори;
- б) галузеві фактори.

Результати дослідження загальних макроекономічних факторів зручно звести в таблицю, яка демонструє рівень залежності майбутнього бізнесу від впливу кожного з цих факторів, а також дає змогу стисло сформулювати потенційні сприятливі можливості та (або) очікувані загрози (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Приклад таблиці оцінки впливу на майбутній бізнес загальних макроекономічних факторів

Загальні макроекономічні фактори	Рівень залежності майбутнього бізнесу від впливу загальних макроекономічних факторів					Сприятливі відносини	Загрози та небезпека
	цілкова незалежність	часткова незалежність	нейтральність	слабка залежність	сильна залежність		
1. Тенденції макроекономічних показників: 1.1. Рівень інфляції 1.2. Зміна рівня реальних доходів населення 1.3. Коливання процентних ставок за кредити				+	+	+	+
2. Зміни в соціально-демографічній ситуації: 2.1. Структура зайнятості. 2.2. Кількість працездатного населення. 2.3. Рівень соціального захисту населення		+	+				
3. Державне регулювання бізнесу: 3.1. Державне ціноутворення. 3.2. Система оподаткування. 3.3. Митний режим.	+			+	+	+	+
4. Природні умови й екологічні обмеження: 4.1. Забезпеченість енергією 4.2. Якість повітря та води. 4.3. Забруднення довкілля.		+	+	+			+

Конкуренція є чи не найбільшою небезпекою в бізнесі. Тому підприємцві дуже важливо хоча б орієнтовно оцінити конкурентну позицію своєї майбутньої фірми. Одним зі способів практичного розв'язання цієї проблеми є побудова матриці конкурентного профілю.

Розрахунок матриці конкурентного профілю ведеться в такій послідовності: визначаються ключові фактори успіху у відповідній сфері бізнесу, кожному з ключових факторів успіху надається певний ваговий коефіцієнт, який характеризує важливість (значущість, місце) відповідного ключового фактору щодо інших ключових факторів. Цей ваговий коефіцієнт установлює сам підприємець, покладаючись на свій досвід, знання, особисті оцінки. Сума вагових коефіцієнтів має дорівнювати одиниці. Складається список головних (3 – 5) конкурентів та визначається рейтинг (індивідуальний кількісний показник оцінки досягнень) кожного конкурента щодо кожного ключового фактору успіху.

Рейтинг диференціюється за самостійно обраною шкалою, наприклад, від одиниці (незначні досягнення конкурента) до п'яти (дуже великі досягнення). Множенням вагового коефіцієнта на встановлений рейтинг визначають загальну оцінку кожного ключового фактору успіху. Сума одержаних загальних оцінок за всією сукупністю ключових факторів успіху уможлиблює визначення конкурентної позиції власної фірми проти головних конкурентів.

Розрахунки матриці конкурентного профілю (табл. 1.2) дають змогу також виділити серед конкурентів найсильніших і найслабкіших, тобто вказують на приклади успішного та помилкового підходу до організації бізнесу у відповідній сфері.

Таблиця 1.2

Приклад заповнення матриці конкурентного профілю

Ключовий фактор успіху	Ваговий коефіцієнт	Власна фірма		Конкурент А		Конкурент Б	
		рейтинг	оцінка (2×3)	рейтинг	оцінка (2×5)	рейтинг	оцінка (2×7)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
Якість товару	0,4	3	1,2	4	1,6	3	1,2
Ціна товару	0,3	2	0,6	2	0,6	2	0,6
Канали збуту	0,1	4	0,4	3	0,3	2	0,2
Технічне обслуговування	0,1	2	0,2	4	0,4	4	0,4
Реклама та стимулювання попиту	0,1	2	0,2	4	0,4	4	0,4
Загальна оцінка	1,0		2,7		3,1		2,5

Ретельне вивчення досвіду діяльності конкурентів допоможе з'ясувати, що необхідно робити, а чого треба уникати, щоб досягти успіху в певній сфері бізнесу. На практиці для аналізу та оцінки сильних і слабких сторін фірми часто використовується форма балансу (табл. 1.3).

Приклад оцінки сильних і слабких сторін фірми

Сильні сторони фірми	Слабкі сторони фірми
1. Маркетинг 1.1. Впізнаваний бренд на локальному ринку 1.2. Стабільна клієнтська база та лояльні покупці 1.3. Використання цифрового маркетингу (соцмережі, таргетована реклама)	1. Маркетинг 1.1. Недостатня присутність на міжнародних ринках 1.2. Висока залежність від сезонного попиту 1.3. Обмежені бюджети на рекламу
2. Виробництво 2.1. Сучасне обладнання та технології 2.2. Висока якість продукції 2.3. Оптимізований виробничий процес (мінімізація відходів, економія ресурсів)	2. Виробництво 2.1. Висока собівартість продукції 2.2. Залежність від імпортової сировини 2.3. Невеликий масштаб виробництва порівняно з конкурентами
3. Персонал 3.1. Кваліфіковані спеціалісти 3.2. Мотиваційна система для співробітників 3.3. Низька плинність кадрів	3. Персонал 3.1. Брак фахівців у сфері ІТ та інновацій 3.2. Високі витрати на підготовку нових кадрів 3.3. Віковий дисбаланс (молоді спеціалісти не завжди затримуються)
4. Дослідження та розробки 4.1. Впровадження інноваційних рішень 4.2. Співпраця з університетами та науковими центрами 4.3. Розробка нових продуктів під потреби ринку	4. Дослідження та розробки 4.1. Недостатнє фінансування 4.2. Довгий цикл розробки нових продуктів 4.3. Відсутність власних патентів та унікальних технологій
5. Фінанси 5.1. Стабільний грошовий потік 5.2. Доступ до кредитних ресурсів 5.3. Прибутковість та фінансова стійкість	5. Фінанси 5.1. Залежність від одного великого інвестора/партнера 5.2. Нерівномірний розподіл доходів протягом року 5.3. Обмежений запас фінансових резервів

В цьому розділі слід приділити увагу оцінці напрямків просування нового продукту (якщо це передбачено обраною темою).

У бізнес-плані треба стисло викласти основні принципи рекламної політики фірми. При цьому увагу слід зосередити на концепції рекламної діяльності, інструментах її реалізації та масштабах використання кожного з цих інструментів. Подати всю цю інформацію в бізнес-плані найзручніше у

вигляді бюджету витрат на рекламу (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Приклад оцінки бюджету витрат на рекламу, тис. грн

Види засобів поширення рекламної інформації	Місяць												В цілому за рік
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Радіо						8						8	16
Друковані видання				15							10		25
Телебачення					10	10					10	10	40
Інтернет	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Буклети						4						4	8
Щитова реклама										15	15	15	45
Світлова реклама				20	20								40
Інші види	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
Всього	7	7	7	42	37	29	7	7	7	22	42	44	258

Виробничий план бізнес-плану містить в собі обґрунтування доцільності реалізації бізнес-ідеї з використанням певного обладнання, технологічного процесу. Головна мета розділу – довести інвестору, що продуктивність машин та механізмів, що використовуються, достатня для досягнення рівня виробничої програми. У цьому розділі необхідно описати основні виробничі процеси, дати логістичну схему матеріальних потоків, склад необхідного технологічного устаткування, перелік потрібних матеріальних ресурсів тощо.

Якщо в бізнес-проекті планується створити не виробниче підприємство, а сервісне чи торгове, то даний розділ можна назвати торговим планом і описати в ньому процедуру закупівель партій товарів, систему контролю за рівнем товарних запасів і схему розташування складських приміщень.

Інформацію про машини та устаткування, які передбачається використати у виробничому процесі, зручно подати у вигляді таблиці (табл. 1.5).

У підрозділі «Сировина, матеріали та комплектувальні вироби» необхідно:

- навести перелік усіх видів сировини, матеріалів та комплектувальних виробів, які передбачається використовувати у виробничому процесі;
- указати конкретних постачальників; визначити закупівельні ціни;
- дати пояснення щодо умов поставок і місцезнаходження постачальників;
- визначити необхідні обсяги запасів, а також (за потреби) указати на особливі умови їх зберігання.

Відомості щодо сировини, матеріалів та комплектувальних виробів можна також звести в таблицю (табл. 1.6).

Таблиця 1.5

Приклад оцінки потреби в машинах та устаткуванні

Найменування обладнання	Купівля чи оренда	Нове чи вживане	Ціна, грн	Строк служби (в місяцях)	Амортизаційні відрахування (за місяць)
Верстат для розпилювання деревини	Купівля	Нове	180000	120	1500
Фрезерний верстат	Купівля	Вживане	90000	60	1500
Компресор для пневмоінструментів	Купівля	Нове	36000	72	500
Прес для склеювання плит МДФ	Оренда	Вживане	12000 / рік	-	1 000 (орендна плата)
Шліфувальний верстат	Купівля	Вживане	48000	48	1000
Комп'ютер з програмою для 3D-модельовання	Купівля	Нове	30000	36	833
Вантажний візок (ручний транспорт)	Купівля	Нове	12000	60	200

Таблиця 1.6

Приклад оцінки потреб в сировині та матеріалах

Найменування видів сировини, матеріалів та комплектувальних виробів	Постачальники	Ціна за одиницю	Примітки (місцезнаходження постачальників, умови поставок тощо)
ДСП (ламінована плита) 18 мм	ТОВ «Ліс-Торг»	650 грн/лист	Постачальник у Львівській області, доставка раз на тиждень
Фанера вологостійка 15 мм	«WoodGroup»	480 грн/лист	Київ, доставка транспортною компанією, мін. замовлення від 50 листів
МДФ (шліфована) 16 мм	ТОВ «БудМайстер»	520 грн/лист	Харків, самовивіз або доставка при замовленні від 10 000 грн
Клей ПВА будівельний	«ХімПостач»	45 грн/кг	Дніпро, швидка доставка «Новою Поштою»
Шурупи (саморізи 3,5×40 мм)	«КрепМаркет»	150 грн/1000 шт.	Одеса, доставка за 2–3 дні
Лак акриловий безбарвний	«ЕкоЛак»	220 грн / 5 л	Київ, екологічний сертифікат, безкоштовна доставка від 1000 грн
Меблева фурнітура	«МебФурнітура»	від 20 грн/од.	Львів, широкий асортимент, оптові знижки
Плівка ПВХ для облицювання	«PlastDecor»	35 грн/м ²	Харків, доставка при замовленні від 100 м ²
Поролон (лист 2000×1000×40 мм)	«SoftLine»	320 грн/лист	Рівне, використовується для м'яких меблів

При цьому питання про необхідні запаси матеріальних ресурсів, особливі умови їх зберігання (наприклад ресурсів, які швидко псуються) розглядаються окремо.

Важливим елементом бізнес-плану є оцінка потреби у додаткових працівниках. При цьому виникає запитання, кого і чому бажано залучити до роботи (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Приклад оцінки потреби в персоналі

Категорії працівників	Якості, необхідні для виконання виду діяльності (кваліфікація, досвід тощо)	Необхідна чисельність персоналу	Вартість персоналу, грн/міс.	Джерела покриття потреб у персоналі (внутрішні, зовнішні)
Спеціалісти (технолог, дизайнер меблів, інженер)	Вища освіта (технічна/дизайн), досвід роботи з CAD/CAM-програмами, знання властивостей деревини та матеріалів	2-3	25000 – 35000	Зовнішні: рекрутингові агенції, сайти пошуку роботи, випускники профільних університетів
Службовці (бухгалтер, менеджер із закупівель та продажів, офіс-адміністратор)	Середня спеціальна/вища освіта, знання ІС/ERP, досвід ведення первинної документації, комунікаційні навички	2-3	18000 – 25000	Внутрішні: перепідготовка працівників, зовнішні: кадрові агентства, сайти пошуку роботи
Робітники (столяри, оператори верстатів, вантажники, складальники меблів)	Професійно-технічна освіта, досвід роботи з деревообробним обладнанням, акуратність, фізична витривалість	10-12	15000 – 20000	Зовнішні: ПТУ, профтехучилища, центри зайнятості, оголошення; внутрішні: навчання нових працівників на базі підприємства

Фінансовий план є заключним розділом бізнес-проекту. Як і будь-який фінансовий план, він включає три планових документи: план доходів і витрат, прогноз руху готівки і баланс підприємства. Фінансовий план є особливо цінним для потенційних інвесторів, оскільки в ньому обґрунтовується потреба нового підприємства в необхідних інвестиціях, і на цій підставі можна судити про те, наскільки запропонований бізнес-проект взагалі прийнятний як з

економічної, так і з інвестиційної позиції. При складанні цього розділу особлива увага повинна приділятися розрахункам планованих доходів і витрат, вибору оптимальних економічних рішень. Логіка опрацювання плану доходів і витратків (рис. 1.1) передбачає визначення загальної суми продажу продуктів фірми, від якої поступово відраховуються різні види витрат і в результаті обчислюються валовий прибуток, операційний прибуток, прибуток до сплати податків, чистий прибуток.

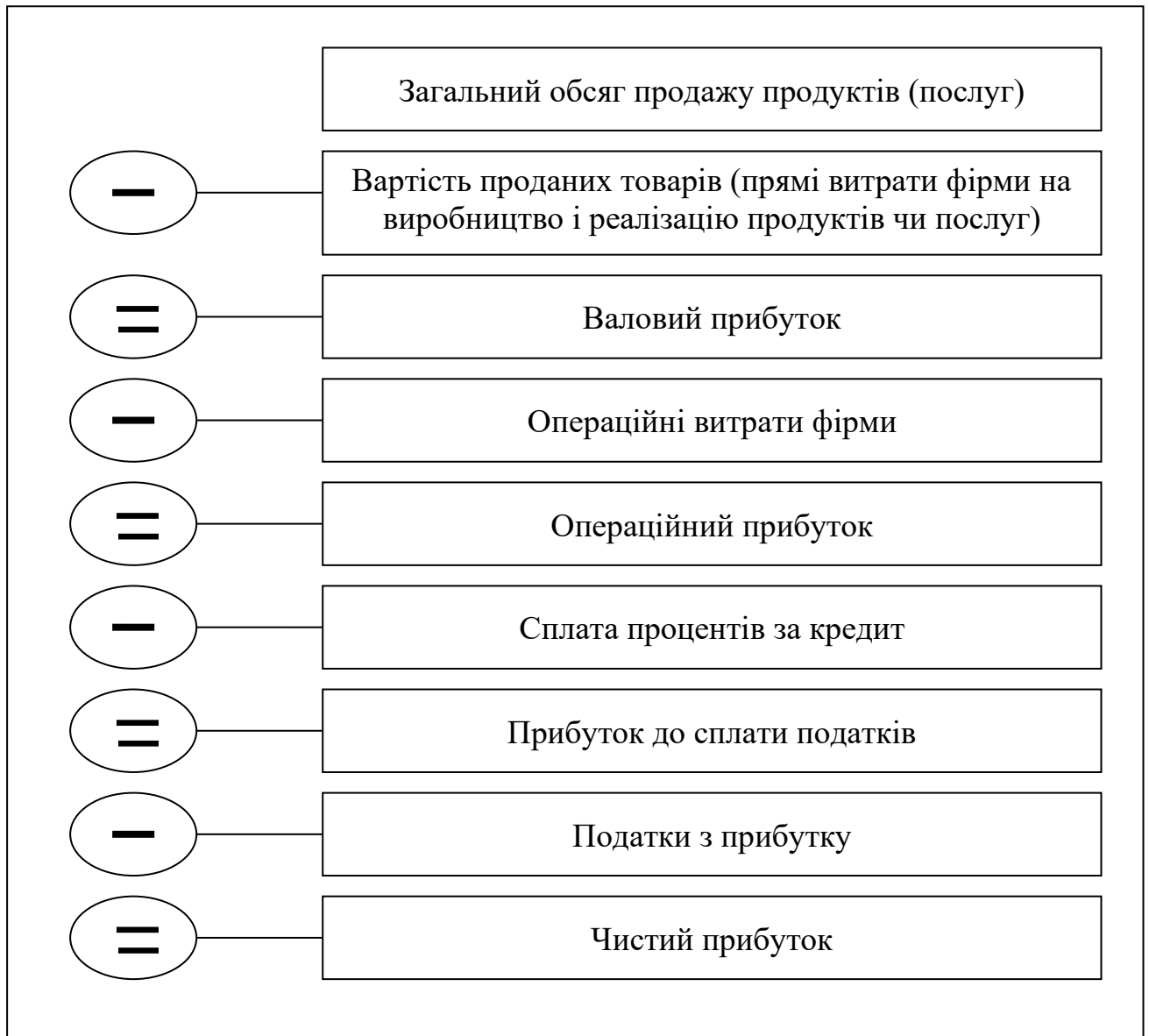


Рис. 1.1. Алгоритм розробки плану доходів і витратків фірми

План грошових надходжень і виплат дає змогу:

- визначити періоди, коли фірма відчуватиме дефіцит або надлишок готівки;
- обчислити, скільки коштів потрібно позичити на ці періоди;

- показати, на що ці кошти буде витрачено; з'ясувати, коли їх треба повернути.

Головне завдання розробки плану руху готівки полягає в узгодженні в часі грошових надходжень і виплат, щоб забезпечити ліквідність фірми в плановому періоді, тобто забезпечити постійну наявність на рахунку фірми коштів, достатніх для оплати її зобов'язань.

Узагальнений варіант цього документа подано в табл. 1.8.

Таблиця 1.8

Приклад прогнозного звіту про рух грошових коштів, тис. грн

	Показник	Рік					Всього
		1	2	3	4	5	
=	Грошові кошти на початок місяця	50	72	95	130	165	
+	Чистий прибуток	40	55	70	85	95	345
+	Амортизаційні відрахування	5	5	6	6	6	28
-	Зміна рахунків до оплати (кредиторської заборгованості)	-8	-10	-12	-14	-15	-59
+	Зміна рахунків до одержання (дебіторська заборгованість)	-15	-17	-19	-22	-24	-97
=	Грошові кошти на кінець місяця	72	95	130	165	227	

Складання планового балансу здійснюється за такою схемою:

- поділ статей балансу на такі, що залежать від зміни обсягу реалізації, і такі, що від них не залежать;

- розрахунок співвідношення статей першої категорії та обсягу реалізації в базовому періоді;

- коригування статей першої категорії згідно з прогнозним обсягом реалізації (множенням суми статті базового балансу на одержаний коефіцієнт);

- розрахунок статей другої категорії на підставі попередніх розрахунків та встановлених стратегічним планом розвитку організації цільових фінансових коефіцієнтів, підтримання (досягнення) яких є обов'язковим у плановому періоді;

- розрахунок на основі балансового звіту коефіцієнтів, які характеризують фінансовий стан організації (крім цільових).

У бізнес-плані складається баланс, приклад якого наведено нижче (табл. 1.9).

Щоб заручитись підтримкою інвесторів у бізнес-плані, необхідно не тільки показати потенційні вигоди вкладання коштів у даний підприємницький проєкт, але також указати на труднощі, що на них може натрапити бізнес і які загрожуватимуть його існуванню. Ось чому в бізнес-плані необхідно досить детально висвітлити проблеми, пов'язані з ризиками, їх оцінкою та мінімізацією впливу на результати діяльності.

Таблиця 1.9

Приклад планового балансу фірми, тис. грн

<i>Активи</i>	
Поточні активи	
Готівка	150
Ринкові цінні папери	0
Дебіторська заборгованість	120
Матеріальні запаси	300
Попередньо сплачені витрати	30
Інші поточні активи	20
<i>Загальні поточні активи</i>	620
Постійні активи	
Земля	0
Будівлі та споруди за мінусом нарахованої амортизації (залишкова вартість споруд)	400
Обладнання за мінусом нарахованої амортизації (залишкова вартість обладнання)	350
Нематеріальні активи за мінусом старіння	50
<i>Загальні постійні активи</i>	800
Загальні активи	1420
<i>Пасиви</i>	
Поточні пасиви	
Кредиторська заборгованість	200
Заборгованість податковим органам	50
Видатки, що нараховані до виплати	70
Інші поточні пасиви	30
<i>Загальні поточні пасиви</i>	350
Довгострокові пасиви	
Векселі до оплати	0
Кредити під заставу майна	300
Інші довгострокові пасиви	50
<i>Загальні довгострокові пасиви</i>	350
Зобов'язання перед власниками (акціонерами)	
Прості акції	200
Привілейовані акції	0
Нерозподілений прибуток	520
<i>Загальні зобов'язання перед власниками (акціонерами)</i>	720
Загальні пасиви та зобов'язання перед власниками (акціонерами)	1420

Розділ бізнес-плану «Оцінка ризиків» повинен дати відповідь принаймні на два запитання: по-перше, чи достатньо глибоко керівництво фірми розуміє й ураховує ризики, пов'язані з даним бізнесом; по-друге, чи може воно розробити відповідний план дій за умов невизначеності, конфліктності, браку повної інформації. Отже, у даному розділі бізнес-плану передовсім необхідно продемонструвати здатність бізнесмена задалегідь передбачати можливі види

ризиків, визначати джерела їх виникнення та можливі заходи для мінімізації їхнього негативного впливу.

Одна з найважливіших вимог до бізнес-плану — це його лаконічність. Через те в ньому практично неможливо дати докладну інформацію про важливі аспекти майбутнього бізнесу. Для цього використовують додатки. У додатки треба включати лише ті документи, в яких безпосередньо зацікавлені потенційні інвестори чи кредиторі (решта документів мають бути заздалегідь підготовлені для негайного подання у разі потреби заінтересованим особам).

Посилання на всі документи, які містяться в додатках, мають бути зроблені в тексті бізнес-плану. Найчастіше в додатки виносять: первинні матеріали аналізу ринку; специфікації продукції; рекламні матеріали; схему виробничих потоків; схему організаційної структури; коротку службову характеристику (CV) власників і ключових менеджерів фірми; угоди оренди; гарантійні листи від основних клієнтів, постачальників, кредиторів; рекомендаційні листи, які підтверджують високу репутацію й надійність керівників фірми; юридичні документи (копії установчих документів, контрактів, угод, патентів, ліцензій тощо).

2 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ І ЗАХИСТУ РОБОТИ

2.1 Вимоги до оформлення курсової роботи

Курсова робота оформлюється з використанням даного методичного матеріалу.

Завдання виконується у текстовому редакторі Word на аркушах формату А4 (210×297 мм). Поля з усіх боків – 20 мм. Шрифт Times New Roman 12 або 14 кегля. Міжстрочний інтервал – 1,3. Абзацний відступ зліва – 0,7.

Мова написання роботи – українська.

Шрифт друку повинен бути чітким, стрічка – чорного кольору середньої жирності. Щільність тексту має бути однаковою. Друкарські помилки, описки і графічні неточності, які виявилися в процесі написання роботи, можна виправляти підчищенням або зафарбуванням білою фарбою і нанесенням на тому ж місці або між рядками виправленого тексту. Допускається наявність не більше двох виправлень на одній сторінці.

Назви розділів та підрозділів у змісті й тексті мають бути однаковими. Реферат, зміст, перший аркуш вступу не нумерують.

Вступ, кожний розділ, висновки і перелік посилань починаються з нової сторінки, а наступний підрозділ – одразу після закінчення попереднього.

Текст основної частини курсової роботи ділять на розділи, підрозділи, пункти і підпункти. Заголовки структурних частин роботи, зокрема «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами посередині аркуша, причому, у назві розділу вказується номер розділу, крапка не ставиться, робиться один інтервал, вказується назва розділу. Крапку в кінці заголовка не ставлять. Заголовки підрозділів друкують маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу.

Після назви розділу залишається один вільний рядок. Потім з абзацу викладається основний текст.

Вільний рядок залишається після закінчення одного підрозділу та перед початком наступного.

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами.

Першою сторінкою роботи є титульний аркуш, який включають до загальної нумерації сторінок. На титульному аркуші номер сторінки не ставлять, вперше номер проставляють у правому верхньому куті сторінки (без крапки в кінці) на другому аркуші вступу.

Такі структурні частини роботи, як «ЗМІСТ», «ВСТУП», «ВИСНОВКИ», «ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ», «ДОДАТКИ» не мають порядкового номера.

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими

ставлять крапку. В кінці номера підрозділу не треба ставити крапку, наприклад «2.3» (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу.

Пункти нумерують у межах кожного підрозділу. Номер пункту складається з порядкових номерів розділу, підрозділу, пункту, між якими ставлять крапку. В кінці номера крапка не ставиться, наприклад «1.3.2» (другий пункт третього підрозділу першого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок пункту. Пункт може не мати заголовка.

Таблиці необхідно подавати в роботі безпосередньо після тексту, де вони згадані вперше, або на наступній сторінці. Рисунки і таблиці, які розміщені на окремих сторінках, включають до загальної нумерації сторінок.

Додаток повинен мати заголовок, надрукований посередині сторінки. Додатки слід позначати послідовно великими літерами, наприклад: Додаток А.

Робота повинна носити розрахунково-аналітичний характер. За необхідності, окрім наведених в розділі 1, здобувач може формувати й інші таблиці. При цьому усі розрахунки обов'язково повинні бути попередньо наведені по тексту роботи. На кожному етапі розрахунків повинні бути формули, коментарі до розрахунків, висновки та рекомендації.

Матеріал з фахових літературних джерел, що використовується для обґрунтування власних прийнятих рішень, необхідно надавати в лаконічній формі і лише той, що безпосередньо стосується досліджуваного питання. Обсяг таких обґрунтувань по кожному методичному питанню не повинен перевищувати однієї сторінки. НЕ допускається переписування, «скачування» 1:1 матеріалу із джерел інформації та використання штучного інтелекту у великих обсягах.

Посилання на джерела інформації по тексту роботи обов'язкові.

2.2 Захист роботи та критерії оцінювання

Курсова робота – одна з форм самостійної роботи студента, метою якої є поглиблене дослідження конкретних наукових напрямів, тем, що є складовими дисципліни, в межах якої виконується робота. Кінцевим етапом виконання курсової роботи є її захист.

Завершена курсова робота подається здобувачем викладачу для перевірки у термін, визначений навчальним графіком. Робота може бути повернута здобувачеві для доробки та усунення недоліків відповідно із зауваженнями викладача.

Після перевірки керівником здобувач захищає курсову роботу, відповідаючи на запитання стосовно досліджуваних ним проблем.

На підставі відповідей, повноти розкриття питань роботи, а також з урахуванням додержання правил до її оформлення керівник виставляє

підсумкову оцінку з відміткою на титульному аркуші курсової роботи за 12-тибальною шкалою.

При оцінюванні курсової роботи за кредитно-модульною системою враховується низка складових, зокрема:

- формулювання об'єкту і предмету дослідження;
- відповідність структурних розділів і параграфів визначеній тематиці та вимогам до даного типу робіт;
- відповідність вимогам щодо оформлення робіт;
- наявність посилань;
- дотримання граматичних і стилістичних правил;
- вміння студента подавати результати свого дослідження, логічно структурувати доповідь.

У процесі захисту враховується низка важливих показників якості виконаної роботи: відповідність логічної побудови роботи поставленим цілям і завданням; рівень обґрунтування запропонованих рішень; ступінь самостійності проведених розрахунків; розвиненість мови викладу праці та її загальне оформлення; вміння стисло, послідовно й чітко викласти результати роботи; здатність аргументовано захищати свої пропозиції, думки, погляди; загальний рівень підготовки здобувача.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Покропивний С. Ф., Соболев С. М., Швиданенко Г. О., Дерев'янка О. Г. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навчальний посібник. Вид. 2-ге, доп. Київ: КНЕУ, 2017. 379 с.
2. Должанський І. З., Загорна Т. О. Бізнес-план: технологія розробки: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 384 с.
3. Варналій З. С., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Білик Р. Р. Бізнес-планування підприємницької діяльності: навчальний посібник. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
4. Верланов Ю. Ю., Верланов О. Ю. Бізнес-планування: теорія та практика: навчальний посібник. Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2014. 244 с.
5. Козловський В. О., Лесько О. Й. Бізнес-планування: навчальний посібник. Видання 2-е, доповн. та переробл. УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. 241 с.
6. Макаренко Н. М., Олійник Н. М. Бізнес-планування. Навчально-методичний посібник. Херсон : ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. 224 с.
7. Димченко О. В., Рудаченко О. О., Прасол В. М., Панова О. Д. Європейські стандарти бізнес-планування: навчальний посібник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 143 с.
8. Агафонова Л. Г., Рога О. В. Підготовка бізнес-плану: Практикум. 3-є вид., стер. Київ: Знання, 2001. 158 с.

ТЕМИ
курсів робіт з дисципліни «Бізнес-планування»

1. Організація виробництва хлібо-булочних виробів в умовах ФОП «Петренко»
2. Організація виробництва мінеральної води в умовах ТОВ «Джерело»
3. Організація виробництва садових меблів в умовах ФОП «Іванченко»
4. Організація виробництва цегли в умовах ТОВ «Будівельник»
5. Організація виробництва металево-пластикових вікон в умовах ТОВ «Затишок»
6. Організація виробництва морозива в умовах ФОП «Матвійчук»
7. Організація виробництва молочних продуктів в умовах ТОВ «Молоко»
8. Організація підприємства з надання поліграфічних послуг ТОВ «Іван Федоров»
9. Організація виробництва бетону в умовах ТОВ «Бетоніч»
10. Організація підприємства з надання туристичних послуг ФОП «Івченко»
11. Організація підприємства з надання юридичних консультативних послуг ФОП «Правдін»
12. Організація підприємства з надання парикмахерських послуг ТОВ «Красуня»
13. Організація підприємства з надання ремонтних послуг ФОП «Сидоренко»
14. Організація СТО з ремонту автомобілів ТОВ «Шумахер»
15. Організація підприємства з надання медичних послуг ТОВ «Гіпократ»
16. Організація ресторану ТОВ «Їжа»
17. Організація підприємства з надання послуг перекладу з іноземних мов ТОВ «Переклад»
18. Організація підприємства з виробництва медичних товарів ТОВ «Медтехніка»
19. Організація підприємства з надання комп'ютерних послуг ФОП «Чумаченко»
20. Організація підприємства з надання фотографічних послуг ТОВ «Фотомагазин»
21. Організація підприємства з вивчення іноземних мов ТОВ «Поліглот»

22. Організація підприємства з надання екологічних послуг ТОВ «Екологія»
23. Організація ресторану швидкого харчування ТОВ «Бістро»
24. Організація виробництва соків в умовах ТОВ «Вітамін»
25. Організація виробництва кондитерських виробів в умовах ФОП «Смачно»
26. Організація виробництва снєків (чїпсів) в умовах ФОП «Зайченко»
27. Організація виробництва хлібо-булочних виробів в умовах ФОП «Петренко»
28. Організація виробництва будівельних матеріалів в умовах ТОВ «Затишок»
29. Організація магазину з продажу канцелярських виробів в умовах ФОП «Носенко»
30. Організація підприємства з вивезення побутового сміття ТОВ «Чисте місто»

Навчально-методичне видання

Семенова Тетяна Валеріївна

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Навчально-методичні рекомендації до виконання курсової роботи
з дисципліни для студентів спеціальності
076 «Підприємництво та торгівля» (бакалаврський рівень)

Електронне видання

Експертний висновок склала канд. екон. наук, доц. Тетяна Ігнашкіна

Зареєстровано НМВ УДУНТ (№ 76 від 09.10.2025)

В авторській редакції

Комп'ютерна верстка Т. В. Семенова

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 1,68. Обл.-вид. арк. 1,70.

Зам. № 132.

Видавець: Український державний університет науки і технологій
вул. Лазаряна, 2, ауд. 2216, м. Дніпро, 49010.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 7709 від 14.12.2022

Адреса видавця та дільниці оперативної поліграфії:

вул. Лазаряна, 2, Дніпро, 49010